

STRATEGI PROMOSI MEMBERSHIP DI HOTEL HILTON SURABAYA

(STUDY DESKRIPTIF TENTANG STRATEGI UNTUK
MENINGKATKAN OCCUPANCY DI HOTEL HILTON SURABAYA)

TUGAS AKHIR



MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

OLEH :

Nawang Kusuma Wardhani

NIM : 079810418-S

PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A

Semester Gasal Tahun 2001/2002

STRATEGI PROMOSI MEMBERSHIP DI HOTEL HILTON SURABAYA

(STUDY DESKRIPTIF TENTANG STRATEGI UNTUK
MENINGKATKAN OCCUPANCY DI HOTEL HILTON SURABAYA)

TUGAS AKHIR

**Sebagai Syarat Untuk Menempuh Gelar Ahli Madya
Pada Program Studi D-III Pariwisata
Universitas Airlangga Surabaya**



OLEH :

Nawang Kusuma Wardhani

NIM : 079810418-S

**PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A**

Semester Gasal Tahun 2001/2002

LEMBAR PERSETUJUAN

SETUJU UNTUK DIUJIKAN

Surabaya, Januari 2002



Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andy Umardiono', is written over the text 'Dosen Pembimbing'.

Andy Umardiono, S.Sos

NIP. 132 230 985

**TUGAS AKHIR INI TELAH DIPERTAHANKAN DIHADAPAN
PANITIA PENGUJI PADA TANGGAL 30 JANUARI 2002**

PANITIA PENGUJI TERDIRI DARI:

PENGUJI I



Andy Umardiono, S.Sos
NIP. 132 230 985

PENGUJI II



Edwin Fiatiano, S.Sos
NIP. 132 208 716

ABSTRAKSI

Salah satu penunjang dalam industri pariwisata adalah usaha perhotelan. Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan, minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.

Dalam kaitannya untuk meningkatkan tingkat *occupancy* maka di hotel terdapat *Sales and marketing* yang diartikan sebagai salah satu unsur penting bagi meningkatnya tingkat hunian kamar. Pelaksanaan *Sales and Marketing* lebih bertitik bobot pada penjualan *membership program* yang ada di Surabaya Hilton sehingga banyak menjaring konsumen untuk menjadi member di Surabaya Hilton.

Untuk mengetahui strategi *Sales and Marketing* dalam meningkatkan *occupancy* yaitu bekerjasama dengan HMI (*Hospitality Marketing Indonesia*) dalam melakukan penjualan *membership program*. Dengan bekerjasama dengan HMI penjualan dapat dilakukan dengan lebih maksimal dan lebih baik. Serta pihak HMI harus juga membuat para member untuk tetap memperpanjang kartu keanggotaannya meskipun sudah habis masa berlakunya serta mencari member yang baru sehingga jumlah member menjadi meningkat.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara untuk mengumpulkan data-data tentang upaya yang ditempuh untuk mempromosikan *membership program*. Wawancara dilakukan dengan *Financial Controller, Director of Sales, Front Office Manager, Executive Secretary, serta member*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan penjualan *membership program* pihak Surabaya Hilton bekerjasama dengan HMI. Sebelumnya HMI akan dikontrak dengan masa kerja selama enam bulan. Promosi yang dilakukan melalui media telepon atau yang disebut *telemarketer* atau juga bisa dengan melalui pertemuan seperti makan siang atau makan malam. Dalam penentuan target jumlah member sudah ditentukan sebelumnya tidak jauh beda dengan tahun sebelumnya. Pihak *Sales and Marketing* sendiri dalam melakukan penjualan melalui *corporate* atau orang yang kita kenal.